



Apartado:
Otros Temas

El mito como elemento estratégico de comunicación política: aplicación del modelo de Barthes al caso ecuatoriano

Myth as a Strategic Element of Political Communication: An Application of Barthes' Model to the Ecuadorian Case

(ARTÍCULO DE REFLEXIÓN)

CAROLINE ÁVILA NIETO, Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador. (cavila@uazuay.edu.ec)

► Recibido: 30/agosto/2012. Aceptado: 26/noviembre/2012

RESUMEN

El mito en política ha sido utilizado preferentemente como herramienta de retórica discursiva. Este artículo hace una propuesta de aplicación del mito como elemento estratégico de comunicación de gobierno, lo que implica su uso en el largo plazo; para ello sugiere la construcción del mito en el marco de la estructura propuesta por Roland Barthes que implica, entre otras cosas, la diversidad de significantes para un significado. El mito de Eloy Alfaro, líder ecuatoriano de la revolución liberal de fines del siglo XIX, constituye un ejemplo de aplicación de este modelo que ha resultado exitoso como estrategia de comunicación política del gobierno de Rafael Correa en Ecuador.

DOI: 10.7764/cdi.31.447

Palabras clave: mito, comunicación política, Ecuador, Rafael Correa, semiología, estrategia, discurso, Eloy Alfaro

ABSTRACT

The myth in politics has been preferably used as tool of discursive rhetoric. This article makes a proposal: to implement the myth as a strategic element of Government communication, implying its use in the long term. To do so, we suggest the myth construction in the framework of the structure proposed by Roland Barthes which implies, among other things, the diversity of signifiant for one signified. The myth of Eloy Alfaro, Ecuadorian leader of the late 19th century liberal revolution, constitutes an example of implementation of this model that has proved successful as a strategy of political communication in Rafael Correa's government in Ecuador.

Keywords: myth, political communication, Ecuador, Rafael Correa, semiology, strategy, discourse, Eloy Alfaro

Uno de los retos en comunicación política es el de consolidar un discurso unificado que proyecte en el largo plazo la gestión de gobierno. Ese mensaje debe contar con cualidades como motivación, recordación, persuasión y otros componentes que faciliten su permanencia.

El mito, entendido como un discurso de creencias y valores que corresponden a la memoria colectiva de una sociedad, es utilizado con frecuencia como elemento de la retórica discursiva del gobernante, con la intención de motivar y persuadir, sin embargo, poco se ha explorado la capacidad de su aplicación como elemento estratégico de comunicación.

Referentes míticos como el Che Guevara, Martin Luther King, Perón o Bolívar, son imágenes que forman parte de la memoria colectiva y que de manera recurrente han sido utilizados en el campo de la política por sus aplicaciones míticas (Malamud, 2010). En el caso ecuatoriano se identifica la imagen de Eloy Alfaro, héroe de la revolución liberal de fines del siglo XIX, como un elemento permanente en el discurso del presidente Rafael Correa; sin embargo, existen características que hacen todavía más exitosa su aplicación porque le han permitido convertirse en el pilar de la estrategia de comunicación de su gobierno, ya que aprovecha diferentes elementos asociados con el mito construido que facilitan su permanencia en el largo plazo. Un uso similar al caso ecuatoriano se encuentra en la asociación que el presidente venezolano Hugo Chávez hace con el libertador Simón Bolívar.

Este ensayo realiza un breve recorrido sobre el mito, su concepto y aplicaciones. Luego toma como modelo de análisis, la propuesta estructuralista planteada por Roland Barthes, que considera al mito como un sistema de segundo orden en el que “un significado puede tener varios significantes” (Barthes, 2008[1970], p.211).

Con este marco y luego de revisar el uso del mito en la política, especialmente en la retórica discursiva, se aplica el modelo barthesiano para identificar el concepto y los diferentes significantes del mito de Eloy Alfaro.

A manera de ejemplo de aplicación del mito de revolución representado en Eloy Alfaro, se realiza un análisis textual del discurso del presidente Correa, pronunciado con motivo de la conmemoración del asesinato, arrastre y quema de los restos de Eloy Alfaro, en un hecho que la historia ecuatoriana recuerda como la *Hoguera Bárbara*. El discurso constituyó la oportunidad de resumir un proyecto de gobierno convertido en estrategia de comunicación política que considero exitoso porque permite, gracias al uso de un mito, mantener una línea continua de comunicación con un solo eje transversal: el de la Revolución.

El modelo barthesiano para analizar el mito como estrategia de

comunicación de gobierno puede aplicarse, como extensión de esta propuesta, en gobiernos como el venezolano o como herramienta para validar las capacidades de la *marca* del gobernante.

MARCO TEÓRICO

EL MITO

El concepto de mito ha navegado por aguas turbulentas, y parte con los griegos con el *muthos* y su acepción de relato o “lo que se ha dicho” en la más amplia gama de sentidos (Kirk, 1985, p.25).

Desde la psicología, el mito se aplica como “la autointerpretación de nuestra identidad en relación con el mundo exterior, (es) el relato que unifica nuestra sociedad”. Se vuelven atractivos en la medida en que los mitos aportan nuevos valores como la belleza, el amor o la libertad (May, 1992, p.22).

Henry Tudor (1972), hace una revisión de los principales estudios asociados al mito, entre los que destaca la teoría de Ernst Cassirer (1963), principalmente en su aplicación al uso político. Para Cassirer el mito es un mundo coherente y autosuficiente de formas simbólicas. La muerte, por ejemplo, la luz, la fuerza, el temor, la esperanza, son todos elementos que se experimentan como sustancias reales. Considera inevitable esta “conciencia mítica,” en la medida en que no se puede distinguir entre el símbolo y la cosa simbolizada (Tudor, págs. 31-32).

Para Cassirer (1963), en el mundo mítico nada es representado por otra cosa, la imagen es la cosa, no la representación de la cosa. En este sentido, en el mito hay la tendencia a interpretar la parte por el todo, en la medida en que se le atribuyen a esas partes las cualidades conferidas a ese todo (Kirk, 1985; Strenski, 1987; Carretero, 2006; Tudor, 1972).

Esta corriente de análisis encuentra eco en el estructuralismo con Claude Lévi-Strauss (1968), entre sus principales exponentes. En sus reflexiones, basadas en la antropología, encuentra elementos de una variedad de mitos existentes o doctrinas diferentes que, al colocarlas juntas, dan cuenta de un fenómeno mítico que no es la versión simple de algún mito conocido. Lévi-Strauss denominó a este proceso como el del “bricolaje” artesanal, en donde el *hacedor de mitos* los construye de los restos de eventos como “evidencia fosilizada de la historia de un individuo o de una sociedad.” De hecho Cassirer (1963), cuando refiere al mito político de tiempos modernos lo describe como un conjunto de “elementos artificiales fabricados por hábiles artesanos” (Tudor, 1972, p.52).

Lévi-Strauss (1968) afirma que, en mitología, el significado no radica en el elemento aislado que forma parte de la composición de un mito, sino únicamente en la forma en que esos elementos se combinan. Le otorga al mito la misma categoría que al lenguaje (De George & George, 1972; Tudor, 1972).

En la misma línea del estructuralismo, parafraseo a Roland Barthes en su empeño de definir cosas y no palabras. El simplificó el concepto del mito al decir que “el mito es un habla”, por lo tanto, un elemento vacío, una forma que debe ser “llenada” por un nuevo significado. En esta sencilla definición, Barthes profundiza un poco más y le agrega al mito el valor de constituir un sistema de comunicación, un mensaje que va más allá del objeto o de la idea “el mito no se define por el objeto de su mensaje, sino por la forma en que se lo profiere” (Barthes, 2008[1970], p.199).

El mito, desde esta propuesta, trasciende a los conceptos puramente lingüísticos y se mueve en el campo de la semiología. Al considerarlo un habla, y toda habla profiere un mensaje, el mito no necesariamente es siempre oral. “Puede estar formado por escritura o representaciones” de tal manera que un discurso escrito, una fotografía, un filme, todo puede ser material de soporte para el “habla mítica” que se enfrenta con el día a día de una sociedad en permanente necesidad de comunicarse (Barthes, 2008[1970], p. 200).

Esta extensión del concepto del mito es aplicado en el análisis historiográfico de Ernesto Che Guevara realizado por Luis Lezama, en 1970, al manifestar que “un mito es una imagen participada” (Rowlandson, 2010, p.77). La imagen mítica del Che Guevara es la aplicación de la propuesta de Lezama, quien a su vez considera que un mito sin imagen quedaría en desuso. En concordancia con la propuesta barthesiana, es la imagen una forma de proferir ese mensaje, por lo tanto el Che es un mito que se construye más allá del discurso oral.

El mito y sus aplicaciones en la antropología, lingüística, psicología o semiología tienen la misma base, “patrones narrativos que dan significado a nuestra existencia” (May, 1992, p.10). Estos patrones o estructuras ofrecen soporte para analizar el fenómeno mítico como un sistema de comunicación.

MITO Y ESTRUCTURA

Con base en la corriente estructuralista, y desde su visión sistémica, Gilbert Durand (2004 [1992]) hace una aproximación conceptual que se adapta a esta propuesta:

Entendemos por mito un sistema dinámico de símbolos, arquetipos y esquemas; sistema dinámico que, bajo el impulso de un esquema, tiende a constituirse en relato. El mito es ya un bosquejo de racionalización, porque utiliza el hilo del discurso, en el cual los símbolos se resuelven en palabras y los arquetipos en ideas. El mito explicita un esquema o un grupo de esquemas. (pág. 64)

Esto nos lleva a la consideración del proceso de elaboración del mito, similar al proceso de mitologización señalado por Roland Barthes, que asocia al mito con la semiología.

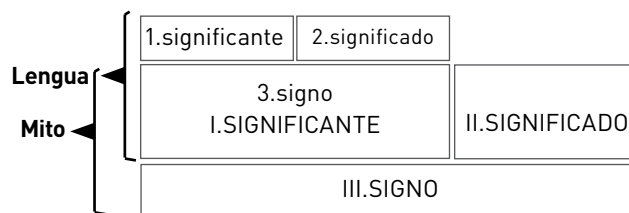
Sería útil recordar que la semiología postula una relación entre dos términos, un significante y un significado. Esta relación se apoya en objetos de orden diferente; por eso decimos que no se trata de una igualdad sino de una equivalencia. Mientras el lenguaje común me dice simplemente que el significante expresa el significado, en cualquier sistema semiológico no nos encontramos con dos, sino con tres términos diferentes. Lo que se capta no es un término por separado, uno y luego el otro, sino la correlación que los une: tenemos entonces el significante, el significado y el signo, que constituye el total asociativo de los dos primeros términos. (Barthes, 2008[1970]) p.203)

El clásico ejemplo del ramo de rosas utilizado por Barthes ayuda en la comprensión de esta propuesta. En el plano del análisis existen tres términos: las rosas, el rojo y la pasión. En el plano de lo vivido no se descomponen de esta manera las rosas de su mensaje, “en realidad lo único que tengo son rosas *pasionalizadas*” dice Barthes, sin embargo, al pasar a analizar el proceso en efecto se consideran el significante, el significado y el signo.

En el mito reencontramos el esquema tridimensional al que acabo de referirme; el significante, el significado y el signo. Pero el mito es un sistema particular por cuanto se edifica a partir de una cadena semiológica que existe previamente: es un sistema semiológico segundo. Lo que constituye el signo (es decir el total asociativo de un concepto y de una imagen) en el primer sistema, se vuelve simple significante en el segundo. (Barthes, 2008[1970], p. 204)

En el mito este primer sistema pierde su calidad y se convierte en el significante de un segundo sistema (ver Gráfico 1). Se constituye el mito, por lo tanto, en un metalenguaje porque “es una segunda lengua en la cual se habla de la primera”. Es en este sentido que se puede considerar, según Barthes, una imagen de la misma manera que la escritura porque ambas son signos, “llegan al umbral del mito dotadas de la misma función significativa” (Barthes, 2008[1970], pág. 206).

Gráfico 1. Sistema Semiológico del Mito



Fuente: Barthes, 2008(1970), pág. 206

En este nuevo sistema semiológico, el significante tiene connotaciones especiales, diferentes del primer significante, precisamente por esa carga adicional de sentido que trae al segundo sistema. Este sentido, al ser capturado por el sistema mítico, pierde esa historia, esa contingencia y se convierte en *forma* (Barthes, 2008[1970], p. 208).

Por otro lado, el significado en el sistema mítico es totalmente absorbido por el *concepto*; este término adquiere importancia al ser motivado, intencional, “es el móvil que hace proferir el mito” (Barthes, 2008[1970], p.210). El concepto restablece una cadena de causas y efectos. En contraste con la forma, el concepto no es abstracto, a través de él se implanta en el mito una historia nueva.

La relación significado-significante en el sistema mítico es precisada por Barthes (2008[1970]) de la siguiente manera:

Un significado puede tener varios significantes: éste es especialmente el caso del significado lingüístico y del significado psicoanalítico. Es también el caso del concepto mítico, que tiene a su disposición una masa ilimitada de significantes (...). Esta repetición del concepto a través de formas diferentes, es preciosa para el mitólogo ya que permite descifrar el mito: la insistencia de una conducta es la que muestra su intención. (pág. 211)

Esa masa ilimitada de significantes asociada a un concepto es lo que permite una aplicación amplia y repetitiva del mito, sin agotar su esencia. El lector que se enfrenta al mito recibe, como en el sistema lingüístico, la unión de la forma y el concepto que Barthes denomina *significación*. En este punto hay que recalcar que “a diferencia del lenguaje, la significación mítica no es completamente arbitraria, siempre es parcialmente motivada, contiene una dosis de analogía” (Barthes, 2008[1970], p.219).

El proceso de significación supone la necesidad de establecer comparaciones y hacer conexiones analógicas con el imaginario del receptor. Esas asociaciones son intenciones en cierto modo congeladas, se muestran de manera ambigua, ya sea como notificación o como comprobación.

A pesar de esta intencionalidad, manifiesta en sus rasgos analógicos, el mito tiene como riqueza su capacidad para *naturalizar* el concepto: “A los ojos del consumidor de mitos la intención, la argumentación del concepto, puede permanecer manifiesta sin que parezca, sin embargo, interesada (...) la causa no es leída como móvil sino como razón.” Esta cualidad del mito facilita su aplicación en la política como vector de identidad e ideología (Barthes, 2008[1970], p.223).

MITO Y POLÍTICA

El uso del mito como elemento de comunicación política tiene una vasta trayectoria. Las historias griegas de Prometeo, Proteo, el mito de la antigua Roma, el Fausto de fines de la Edad Media, etc., dan lugar a varias aplicaciones dentro de la sociedad, en cierto modo porque se convierten en mito no por la cantidad de *verdad* que contienen, sino porque son hechos para ser *creídos* como verdad. Son los valores y las motivaciones inmersas en estos relatos que hacen que un colectivo se los apropie, claro ejemplo del concepto aristotélico de la verosimilitud (Tudor, 1972).

La aplicación política de la teoría del mito recibe también la influencia de la corriente sociológica con Durkheim (1915), Levy-Bruhl (1923) y posteriormente Cassirer (1963). Esta corriente considera que los mitos son representaciones colectivas; incluyen doctrinas, ideas y conceptos compartidos por los miembros de un determinado grupo. Desde sus estudios antropológicos, Bronislaw Malinowski (1926) le confiere al mito una función social: fortalecer y elevar la tradición al asignarle mayor valor, nivel y una realidad súper natural de los eventos considerados primitivos. El mito resalta, expresa y codifica creencias, refuerza la moral y contiene reglas prácticas como guía para el hombre (Tudor, 1972).

Henry Tudor (1972) resume la influencia de la mitología clásica, de la sociología y la antropología en un concepto de mito político:

A political myth (...) is one which tells the story of a political society. In many cases, it is the story of a political society that existed or was created in the past and which must now be restored or preserved. (pág. 138)

Nuevamente, la calificación de político reside en la sociedad a la que se dirige. Tudor (1972) insiste en esa afirmación al manifestar que puede, incluso, parecer una historia totalmente ilusoria para otros, y sin embargo, tener la capacidad de proveer un claro significado para la sociedad a la que está dirigida.

Otra cualidad del mito político, a criterio de Tudor (1972), es que, más que su contenido, le caracteriza la dramática forma como se cuenta. Esto se evidencia en el uso recurrente del mito en la retórica política. Los discursos y mensajes dirigidos a una sociedad en particular vienen cargados de emotividad y efervescencia. No es raro encontrar estos rasgos como apoyo en las historias sobre los Padres Fundadores, como es el caso de Estados Unidos, o Simón Bolívar en ciertos países andinos.

El mito utilizado como herramienta discursiva en tiem-

pos modernos no es únicamente un soporte en la oratoria o en el texto, sino que también se incorpora dentro de las herramientas audiovisuales utilizadas en la comunicación persuasiva moderna: películas de los héroes y heroínas o reconstrucciones de imágenes como la nueva representación de Simón Bolívar promovida por el gobierno de Venezuela.

En el mito político es común el uso de tropos como recursos característicos de este estilo discursivo por la capacidad que tienen de sustituir una expresión por otra cuyo sentido es figurado. Entre estas figuras retóricas, las de uso más común en el discurso mítico son las metáforas, sinécdoques y metonimias (Elizalde, D. Fernández Pedemonte, & Riorda, 2006).

La metáfora, como comparación abreviada, se utiliza por su poder creador y expansivo. Permite, desde lo político, “hablar de temas sensibles al tiempo que se obtiene cierta inmunidad comunicativa”. La sinécdoque expresa la parte por el todo, una aplicación del mito *levistraussiano* en el que la representación puede ser sustituida por otra, guardando la coexistencia. Finalmente, la metonimia, que expresa la causa por el efecto, una forma de “reducción de la idea del todo” (Elizalde, D. et al. 2006, p.81).

Estos tres elementos interactúan también en las aplicaciones audiovisuales del mito político. El poder de las imágenes refuerza el proceso de significación y potencia su cualidad naturalizadora, todo con la finalidad de “alcanzar un nivel persuasivo que permita instalar el mito de gobierno como un elemento sociocultural” (Elizalde, D. et al. 2006, p.82).

El mito político puede ser dirigido a quienes no constituyen una sociedad política o que no se involucran en esas actividades. De hecho, quienes no tienen interés en política encontrarán en el mito una forma de apropiarse de conceptos y proyectos políticos de una manera más sutil, siempre y cuando se sientan parte del grupo al que va dirigido el mensaje. El mito siempre pertenecerá a un grupo en particular, para ello debe hacer referencia a la memoria colectiva de ese grupo (Tudor, 1972).

La aplicación del mito en la política explica las circunstancias de vida del grupo de personas a quien se dirige, los ayuda a entender y proyectarse, les permite ver –como en un drama en curso– la condición en el presente y las futuras consecuencias o satisfacciones. Tiene como héroe o protagonista no a un individuo, sino a un colectivo representado a veces por un personaje que encarna sus valores, ideales o proyecto social o político (Tudor, 1972).

La manera de identificar al grupo con el mensaje del mito político es a través de la memoria colectiva. Maurice Halbwach (2004 [1950]) establece diferencias entre memoria universal y la que es compartida por determinados grupos y que constituye un rasgo de su identidad. “La construcción de esta memoria (considerada un *continuum* vivo de la tradición) fija los “marcos de sentido” que una sociedad brinda a sus individuos” (Duch & Chillón, 2012, p.410).

El mito político considera las referencias de la memoria colectiva porque esta tiene la capacidad de regular el recuerdo que grupos e individuos atesoran. La manera de dirigir un mito a una sociedad es atendiendo a esos objetivos investidos de sentido por parte de la memoria de un colectivo.

Ya lo dijo Bajtin (1992 [1929]): “El ámbito de la ideología coincide con el de los signos: se corresponden mutuamente. Allí donde se encuentra el signo, se encuentra también la ideología” (citado en (Angenot, 2010, pág. 28).

Si afirmamos que el mito, como habla, pertenece al mundo de los signos, su carga ideológica no le es ajena (Bajtin, 1992 [1929]). Se entiende por ideología al conjunto de creencias que sustentan las representaciones sociales compartidas por un determinado grupo (van Dijk, 1999). Estas creencias influyen en las decisiones, en la cosmovisión, en lo que consideran verdadero o falso; dan explicación del orden social, estructura y jerarquía; proveen principios para la interacción social (Gómez, 2012). Desde esta perspectiva, el concepto de ideología de Bajtin se relaciona con el mundo de los signos y le otorga la calidad de mutua equivalencia (Bajtin, 1992 [1929]).

El mito político se apropia principalmente de esa ideología asociada al signo a fin de insertar contenido político a su significación. “El mito es formalmente el instrumento más apropiado para la inversión ideológica” (Barthes, 2008 [1970], p.238)

El mito en la comunicación de gobierno constituye “la definición de la orientación estratégica, mientras que las acciones incrementales son las tácticas”. El mito tiene la facilidad de “transformar la política en un asunto público, cotidiano para el consumo de los ciudadanos” (Elizalde, D. et al, 2006, p.61).

ELOY ALFARO Y EL MITO DE LA REVOLUCIÓN

La sociedad necesita héroes como modelos, con normas de acción. “El mito de la patria está simbolizado en el héroe, en el que se proyectan las aspiraciones más elevadas de la comunidad”. El héroe constituye el alma del mito, es en sí mismo un mito en acción. (May, 1992, p.52)

El Ecuador encuentra en su memoria colectiva y en sus registros históricos diferentes héroes utilizados en diferentes

momentos de acuerdo con las circunstancias de coyuntura. Desde Huayna Cápac con los Incas, la rebeldía cañari, las guerras civiles incásicas con Atahualpa, los descubridores del Amazonas, los movimientos libertarios hasta los diferentes caudillos de la República. Sin embargo, hubo un momento, a propósito de esa memoria colectiva, en que se trae del archivo la historia de Eloy Alfaro y su radicalismo liberal.

En la modernidad, los imaginarios colectivos mediatizados por la memoria compartida no son inmunes a las maquinaciones del poder y a la pujante cultura mediática (Duch & Chillón, 2012). Precisamente, a finales de 2005, fue el programa *El mejor ecuatoriano de todos los tiempos* –una franquicia originaria de la BBC de Londres, que difundió para Ecuador la cadena más importante de televisión, *Ecuavisa*– el que expusiera la memoria de Eloy Alfaro Delgado, ex presidente y líder de la Revolución Liberal de inicios del siglo pasado (*Diario Hoy*, 2005).

Eloy Alfaro pertenece a ese repositorio colectivo, pues su presencia en la historia ecuatoriana marcó con fuerza importantes cambios que le imprimieron modernidad a una sociedad deprimida por las élites conservadoras y por la influencia de una aristocracia religiosa (Hidrovo, 2003).

Entre 1864 y 1916 se produjeron en Ecuador diferentes movilizaciones armadas que buscaban implementar en el país una modernidad radical. Eloy Alfaro se destaca en medio de estas movilizaciones, a pesar de venir de una provincia de la región costera del país, (Montecristi, Manabí); su carácter e ideales rápidamente encuentran acogida, principalmente en los montubios, con los cuales organiza las montoneras que era como se denominaba a estas manifestaciones armadas (Hidrovo, 2003, p.102).

Alfaro se convirtió en jefe de Estado en 1895. Su gestión consistió, principalmente, en la promoción de una revolución radical en el país al que pretendía llevar a la modernidad. Destaca la construcción del ferrocarril, símbolo de unión entre la costa y la sierra y elemento importante para el intercambio comercial; la separación de la Iglesia y el Estado, con la finalidad de independizar la educación, principal gestor ideológico de la influencia católica; una nueva Constitución (costumbre en la política ecuatoriana en procesos de cambios profundos); y fuerte impulso al desarrollo agrícola, comercial e industrial, todo en el marco de su proyecto modernizador. Alfaro termina apresado, asesinado y arrastrado, en un hecho que fue denominado posteriormente como la Hoguera Bárbara, que tuvo lugar en enero de 1912 (Hidrovo, 2003).

Por supuesto que existe mucha más obra en los registros históricos, pero para los efectos de este estudio nos enmarca-

mos en la necesidad de construirlo en la base de la memoria colectiva, la cual, además, mantiene un correlato con el olvido colectivo en esta relación dialógica entre lo que accede o no el imaginario de un grupo social que está sometido a la influencia de la cultura mediática y a la politización del recuerdo (Duch & Chillón, 2012, p.410).

EL SIGNIFICADO Y LOS SIGNIFICANTES EN EL MITO DE ALFARO

Eloy Alfaro representa, para la mayoría de los ecuatorianos, la Revolución Liberal. Los libros de historia de primaria y secundaria así lo posicionan y, posteriormente, los medios de comunicación ratifican en su discurso la asociación de Alfaro con el cambio radical de su propuesta de modernidad (Ministerio de Educación del Ecuador, s.f.).

Esta imagen de revolución se asocia también con la forma como llegó al poder, a través de las montoneras que lideró por treinta años: de ahí su sobrenombre de “viejo luchador”. La principal imagen de Alfaro es con una espada en la mano en actitud seria, muy militarizada. Los conceptos de lucha y revolución van muy de la mano en la gestión de Alfaro (*Diario Hoy*, 2012; Wikipedia, 2012; Ciudad Alfaro, 2012).

La revolución de Alfaro, sin embargo, no está exenta de obras. La principal imagen asociada a su gestión, como ya se dijo, es el ferrocarril, que representó principalmente la unión entre la costa y la sierra. Un segundo referente es la educación laica como símbolo de inclusión, de alterar el statu quo y procurar mayor acceso a los derechos fundamentales (Ciudad Alfaro, 2012).

También se asocian con Alfaro su procedencia, Montecristi, pequeño pero importante poblado de la provincia de Manabí, y, claro está, su asesinato, denominado por los historiadores como la Hoguera Bárbara en referencia a su cruel arrastre y posterior quema de sus restos que tuvo lugar en El Ejido, en la capital, Quito, y que simbolizan el desenlace de un permanente ataque por parte de sus enemigos: la aristocracia quiteña, la burguesía guayaquileña y la línea moderada de los liberales (Ciudad Alfaro, 2012).

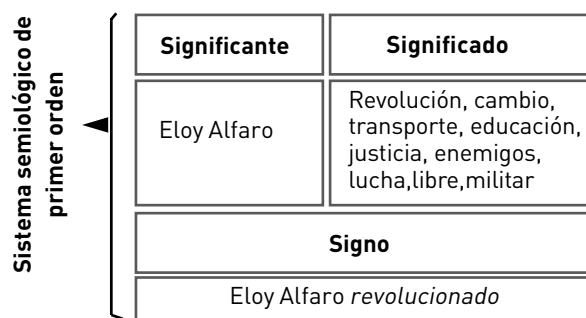
Revolución, cambio, transporte, educación, justicia, enemigos, lucha, libre, militar, son términos fácilmente acogidos en los discursos que refieren a Eloy Alfaro y que le designan como el símbolo de la revolución para la sociedad ecuatoriana (Correa, 2012; Cuba Debate, 2012).

El equipo de comunicación del presidente Rafael Correa aprovecha esta asociación y construye sobre Eloy Alfaro un conjunto de valores que dan forma a su discurso estratégico de Revolución Ciudadana.

Desde la campaña electoral de 2006, el concepto de revolución tuvo siempre eco en referentes relacionados: la lucha, el cambio, la nueva constituyente, etc. Ya en el gobierno, la estrategia de comunicación asoció los principales hitos de su gobierno con referentes de Alfaro: Montecristi, con la nueva Constituyente; el concepto de lucha y la arenga militar, la reconstrucción vial y la restauración de la locomotora.

Los usos de varios elementos asociados a un solo concepto pueden ser analizados como significantes de un significado, aplicando el modelo de Barthes. Un primer paso es representado en el Gráfico 2.

GRÁFICO 2. Aplicación del sistema semiológico de primer orden



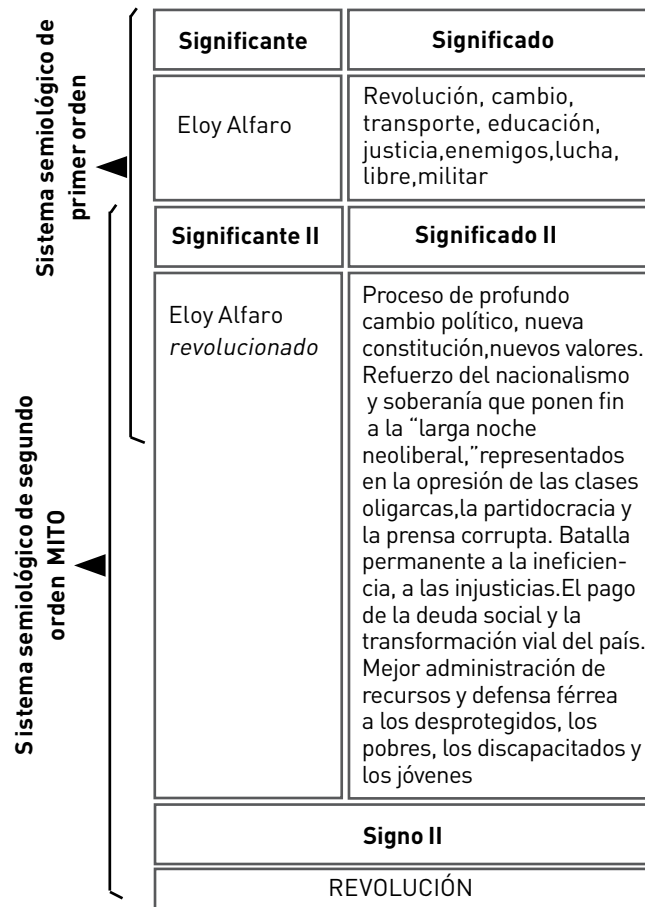
Fuentes: Elaboración propia

Este Alfaro *revolucionado* se convierte, por lo tanto, en el significante de un segundo proceso semiológico. Esta forma se llena de un nuevo significado, asociado al proyecto de gobierno de Rafael Correa que puede resumirse en la búsqueda de un profundo cambio político, nueva Constitución, nuevos valores; refuerzo del nacionalismo y soberanía que pone fin a la “larga noche neoliberal,” representada en la opresión de las clases oligarcas, la partidocracia y la prensa corrupta; batalla permanente a la ineficiencia, a las injusticias; el pago de la deuda social y la transformación vial del país; mejor administración de recursos y defensa férrea a los desprotegidos, los pobres, los discapacitados y los jóvenes (Correa, 2012).

Este concepto asociado al Alfaro *revolucionado* genera, como resultado de este proceso de significación, el mito de la revolución al que el gobierno de Correa le pone el apellido de “ciudadana”.

Volviendo al modelo Barthesiano, el segundo proceso semiológico se expresa en el Gráfico 3.

GRÁFICO 3. Aplicación del sistema semiológico de segundo orden



Fuentes: Elaboración propia

El mito político tiene, entre otras cualidades, la posibilidad –de acuerdo con el esquema de Barthes– de aplicar su concepto a través de varios significantes. Un estudio similar hizo Rowlandson con el ensayo historiográfico del Che Guevara de Lezama Lima (Rowlandson, 2010).

Existen otros elementos que la memoria colectiva ecuatoriana asocia, por analogía, con el significante inicial de proceso mítico. La espada, el ferrocarril, la Hoguera Bárbara y Montecristi son elementos utilizados como material sensible de un segundo proceso semiológico; se acoplan perfectamente a este proceso de construcción mítica. Este Eloy Alfaro *revolucionado*, por lo tanto, puede re-significarse en otros elementos y otorgarles sus mismas cualidades o atribuciones.

ALFARO EN LA REVOLUCIÓN CIUDADANA

Como se estableció anteriormente, el uso del mito en política no es una estrategia nueva; sin embargo, en el caso del gobierno de Rafael Correa llama la atención el aprovechamiento de los principales elementos del mito de manera independiente, lo que ha permitido un uso más extenso del mismo concepto. El uso de las partes por el todo es una forma de aplicar el modelo de Barthes del concepto (significado) y sus múltiples significantes.

En esta propuesta identifico cinco significantes de un mismo significado, los cuales no siempre se muestran junto al mito Eloy Alfaro, sin embargo su sola mención o presencia evocan el mismo discurso o mensaje.

Significante revolución

Este es el principal concepto del gobierno de Rafael Correa, denominado Revolución Ciudadana. Es una estrategia sencilla de comunicación que apela al cambio como un elemento muy atractivo para la sociedad seducida por lo nuevo. “Cambio es una gran palabra en América, lo deseamos y lo veneramos. En la política, que es el patrón de los mitos por excelencia, el mito de lo nuevo es de gran importancia. Nuevo mundo, nuevas ideas, nueva identidad” (May, 1992, p.52).

La propuesta comunicacional de Correa asoció permanentemente el término revolución con lucha, muy a tono con la ideología de izquierda que predomina en su gestión. Es por ello que en sus discursos refiere permanentemente el “hasta la victoria siempre”, la lucha por los ideales, la necesaria defensa ante los enemigos, la partidocracia, la prensa corrupta, etc.

Significante Montecristi

Constituye el primer elemento comunicacional de vinculación con Eloy Alfaro. Es el lugar donde se realizó la Asamblea Constituyente. Se construye un centro de convenciones denominado precisamente Ciudad Alfaro. Pero Montecristi fue más que las paredes y las sillas, fue el símbolo de lucha para llevar a consulta popular la convocatoria a la Asamblea Constituyente, el famoso decreto 002 de su presidencia, que fue promesa hecha en campaña.

Significante ferrocarril

El Gobierno de Correa decide reconstruir el sistema de ferrocarril del Ecuador, no con el sentido de modernidad que fue el objeto de Alfaro, sino como símbolo de

la revolución. Ese ferrocarril, ahora cargado de nuevo significado, se re-presenta en la obra de infraestructura vial del gobierno de la revolución ciudadana. Es un elemento de fácil asociación para seguir conectando la gestión a una estrategia que constituye el mito de la revolución (Elizalde, D. et.al., 2006 p.61).

Significante espadas

La espada es uno de los elementos que acompañan permanentemente a la iconografía de Alfaro. Fue sustraída de su museo en la década de los 80 por el grupo insurgente Alfaro Vive Carajo (AVC) y devuelta con ocasión del centenario de la Hoguera Bárbara, porque, a criterio del grupo AVC, existe en este gobierno las condiciones para llevar la lucha iniciada por Alfaro (*Diario Hoy*, 2012).

Correa no desperdicia la oportunidad y le otorga, en su discurso, mayor valor a esa espada cuando dice “Ha sido sacada la espada de don Eloy Alfaro Delgado y no la vamos a envainar, mi General, hasta que haya un solo pobre en este país...” (Correa, 2012).

Significante Hoguera Bárbara

A propósito de la conmemoración del centenario de la muerte de Alfaro, el gobierno de Ecuador realizó un fuerte movimiento político y de comunicación que le otorgó mayor valor al evento, en una estrategia de re-significar este nuevo significante del concepto revolución.

La conmemoración tuvo como evento cumbre la devolución de la espada, en una especie de toma de posta que se realizó precisamente en Montecristi. Esta conjunción de elementos tiene como relator, además de la campaña comunicacional en los diferentes medios oficiales, al presidente Correa y su discurso. Para efectos de este estudio, se realiza un análisis textual de este discurso, desde un enfoque retórico e ideológico a fin de interpretar y evaluar su uso persuasivo. En este proceso se ha considerado la carga emocional del lenguaje, enmarcando los textos en categorías que faciliten la comprensión de las reacciones, tomando en cuenta referencias denotativas y connotativas de ciertos términos clave (Campbell & Burkholder, 1997).

ANÁLISIS TEXTUAL DEL DISCURSO PRESIDENCIAL CON OCASIÓN DE LA CONMEMORACIÓN DEL CENTENARIO DE LA HOGUERA BÁRBARA

Invocación a un Alfaro vivo

Un eje transversal del discurso es la invocación a Alfaro como referente de la Revolución Ciudadana, desde el momento que introduce el texto: “Nuestro general Eloy Alfaro Delgado

está más vivo que nunca; alumbrando, inspirando, empujando nuestra Revolución Ciudadana”. Otro elemento que destaca en el texto es el uso de términos cargados de negatividad, como pasado, oscuridad y noche, asociados a la muerte de Alfaro, al momento crítico de su gobierno, a la presión de sus opositores y a sus enemigos. En oposición, incorpora términos como presente, luz, amanecer, en calidad de elementos positivos asociados a los ideales de Alfaro proyectados también en los de la Revolución Ciudadana; por ejemplo, “la Hoguera Bárbara del ayer se ha convertido en la aurora del presente” o “voluntad indeleble que buscó que amaneciera en la noche poscolonial del Ecuador”, que relaciona a Alfaro con un logro del gobierno de Correa descrito en esta frase “donde se forjó una nueva Constitución... (..) que puso fin a la larga y triste noche neoliberal” (Correa, 2012).

La arenga militar

El discurso presenta un fraseo similar al de una arenga militar: la referencia a la espada y el llamado a batalla acompaña a los términos “lucha” y “armas” tanto a la gestión de Alfaro como a la gestión de Correa.

El uso recurrente del término general, en relación a Eloy Alfaro, acompañado del *mi* como es la costumbre militar, coloca a Correa como obediente súbdito. Ahora bien, gran parte del tono del discurso se muestra respetuoso, invocador, con el uso del pronombre en segunda persona, usted; sin embargo, cuando se trata de asociar la obra de Alfaro con la de Correa la relación es entre iguales, por lo tanto se utiliza el término tú.

nos honra tener tus mismos enemigos (...) No hay balas que puedan detener la voluntad de un pueblo... si alcanzaran a hacer con nuestra carne y huesos otra bárbara hoguera, al igual que tú, tan solo lograrían inmortalizarnos; con la única diferencia que, en nuestro caso, aquella gloria sería inmerecida. (Correa, 2012)

Comparación de obras

La parte central del discurso es una comparación de sus obras con las de Eloy Alfaro. Las dos principales obras de Alfaro, la separación del Estado y la Iglesia a través de una educación laica y la unión del territorio con la locomotora, son evocadas permanentemente y puestas en comparación con los aciertos correístas. “Su corazón era una locomotora de justicia”(..) “impulsarnos a la modernidad, al progreso, a la luz eléctrica, a los teléfonos, a los ferrocarriles” (Correa, 2012).

Comparación de enemigos

El clímax del discurso (y lo que mayor repercusión noticiosa causó) fue la comparación de enemigos y asesinos:

tus asesinos... les cubre la impunidad... son los mismos que dispararon en contra de Sucre, Bolívar, Daquilema, Manuela Sáez, Eugenio Espejo (...) son los que enfilaron sus armas en contra de los trabajadores del Ingenio Aztra; esos que torturaron y mataron a los hermanos Restrepo, Consuelo Benavides, Arturo Jarrín (...) que se llevaron nuestros ahorros (...) encubrieron el atraco (...) entregaron nuestro país a los acreedores internacionales (...) regalaban nuestro petróleo (...) se sometían a los imperios (...) estuvieron detrás de la lluvia de balas en contra de nuestro pueblo (...) aquel oscuro 30 de septiembre (...) son los mismos que intentaron destruir en hogueras bárbaras la verdad, nuestro honor, incluso nuestras familias; los mismos que hoy contratan lobistas internacionales para demoler nuestra reputación a nivel mundial, al no poder vencernos en los tribunales (...) los mismos que hoy conspiran con el llamado “plan revancha” para provocar otro 30-s. (Correa, 2012)

Esa frase utiliza el término *tu* para ubicar al orador al mismo nivel de Alfaro; por eso, a renglón seguido dice, “nos honra tener tus mismos enemigos.”

Toma la posta

El inicio del discurso, en una forma de *plantar* una metáfora, cita a Vargas Vila: “Las llamas que se escaparon de esa pira no están extintas; ellas servirán para iluminar la marcha de un pueblo en la noche...”. Por eso, al finalizar el texto, utilizando el recurso de la intertextualidad dice: “Querido general, las llamas que se escaparon de El Ejido encendieron antorchas que siguen latiendo con más fuerza que nunca, convocando a nacer, hablando de Patria”.

El cierre constituye, volviendo a la arenga militar, un tomar la posta: “Con usted la patria vuelve, con usted estamos haciendo esta revolución que nada ni nadie la puede detener”. Frases comunes en los discursos de la Revolución Ciudadana, para terminar con una recurrente cita de Alfaro: “Nada para nosotros, todo para ustedes, pueblo que se ha hecho digno de ser libre”.

Este discurso acoge buena parte del relato del mito revolución. La aplicación de este mito político que, como ya se expuso, corresponde a un grupo en específico, en este caso el pueblo ecuatoriano, no supone un continuum de hechos enlazados uno detrás de otro, sino que cada nuevo significante da cuenta del conjunto de elementos que forman parte del concepto en este proceso mítico y cuya carga ideológica sostiene la línea de comunicación del gobierno, fundamentada en el mito de la revolución.

MITO Y ESTRATEGIA... A MANERA DE CONCLUSIÓN

La estrategia de comunicación política del gobierno de Correa ha posicionado estos significantes a través de diversas herramientas de propaganda publicitaria, en la retórica discursiva, en la gráfica, en canciones, jingles o videos. Todos ellos se difunden a través del importante aparato comunicacional oficial.

En el caso de Alfaro, se puede apreciar el proceso de construcción planteado por Shecter (2005). El héroe está plenamente identificado, existen también los lugares relevantes, el ideal de la revolución –liberalismo y modernidad–, el lenguaje típico de una arenga militar y la re-significación y re-interpretación permanente, que le dan esa cualidad de continuum.

En este caso aplica también el modelo de evolución del mito planteado por Della (2010), que aprovecha sus cualidades en política para difundir, ritualizar y sacralizar los valores en la sociedad. Las fases de difusión y ritual se cumplen en el esfuerzo estratégico de comunicación del gobierno de Rafael Correa. Los mensajes alusivos al mito de la revolución forman parte de toda pieza publicitaria y discurso de alto nivel. El acto de conmemoración del centenario de la Hoguera Bárbara es un ejemplo de aplicación de ritual. Cumplen con el funcionamiento del mito de re-producir, re-interpretar y re-transmitir.

Della (2010) afirma que en los casos en que la evolución del mito llega a la fase de ritual, o inclusive en la de sacramentación, sus capacidades han sido aprovechadas al máximo. Tan solo pensar que el público considere la oposición o crítica al proyecto de gobierno como algo similar a poner en duda o cuestionar sus propios fundamentos como sociedad, constituye el sueño cumplido o, para ir a tono con los mitos, “la tierra prometida” de la comunicación política.

El uso del mito en la política debe ir más allá de la retórica discursiva. Al estar en el marco de una comunicación de gobierno, puede constituirse en un vector de una nueva forma de identidad, un vehículo de comunicación efectiva (Duch & Chillón, 2012).

¿Cómo puede el mito constituirse en una herramienta estratégica de comunicación de gobierno que sea de largo plazo? Debe pertenecer a un repositorio o memoria colectiva, ya que un mito en política corresponde únicamente al grupo social al que va dirigido. Su narrativa debe incorporar los actores, lugares, ideales, lenguaje y desarrollo continuo.

Muchos de los mitos utilizados en política se quedan en la fase de difusión y se desperdicia su uso en el largo plazo. En algunos

casos, porque fue parte de un discurso de coyuntura y no de un proyecto de gobierno. Es aquí donde interviene la diversidad de significantes para un mismo significado, ya que esta cualidad le otorga variedad a las herramientas en el marco de una estrategia de comunicación de largo aliento que permite acercar a una sociedad –normalmente desinteresada de los temas políticos– con las autoridades, y de esta manera legitimar sus acciones, esfuerzos o discursos.

Esta propuesta de uso estratégico del mito en política deja entrever otras aplicaciones: por ejemplo, Simón Bolívar en Venezuela, su iconografía, el simbolismo de la espada, el concepto de la “patria grande”, etc. A priori se pueden identificar rasgos de uso de mito en la comunicación del gobierno venezolano que se explican con el modelo barthesiano.

Así como en el caso ecuatoriano, Venezuela tiene una Revolución Bolivariana anclada en el mito de Bolívar. Queda pendiente, a través de un análisis posterior como extensión de esta investigación, la referencia explícita de los significantes a través del discurso de Chávez, eventos como la reconstrucción de la imagen de Bolívar, el significado de la exhumación de sus restos, las vinculaciones con el asesinato, la necesidad de concebirlo como mártir y reconstruir la memoria del colectivo venezolano. Son elementos que dejan ver las posibilidades de aplicación del modelo tanto en la capacidad de sentido de sus significantes como en la posibilidad de estiramiento del significado.

Esta nueva lectura deja pendiente una segunda consideración. ¿Deben existir condiciones especiales en la sociedad para este tipo de aplicación estratégica del mito? Son interrogantes que pueden atraer otras aplicaciones en esta línea de reflexión; una de ellas puede ser la valoración de un determinado mito como parte de la creación de marca del gobernante.

El uso del mito de Eloy Alfaro en el concepto revolución ha significado para el gobierno de Rafael Correa un nombre –Revolución Ciudadana– una identidad y un norte. Pero, además, una importante herramienta que cumple con uno de los más difíciles retos en comunicación política: alinear el discurso y comunicar eficientemente la gestión.

Los resultados son evidentes. Victorias permanentes en las urnas y, luego de cinco años de gestión, un presidente que, como Alfaro, sale airoso frente a la opinión pública con el 80% de aprobación (CNN en Español, 2012).

REFERENCIAS

- Angenot, M. (2010). *El Discurso Social: Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bajtín, M. (. ((1992) [1929])). *El marxismo y la filosofía del lenguaje: Los principales problemas del método sociológico en la ciencia del lenguaje*. (Trad. Tatiana Bubnova). Madrid: Alianza Editorial.
- Barthes, R. (2008[1970]). *Mitologías* (Trad. H. Schmucler,) Buenos Aires: Siglo XXI.
- Campbell, K. K., & Burkholder, T. R. (1997). *Critiques of Contemporary Rhetoric*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Carretero, A. E. (2006). La persistencia del mito y de lo imaginario en la cultura contemporánea. *Política y Sociedad*, 43(2), 107-126.
- Cassirer, E. (1963). *The Myth of the State*. New Haven & London: Yale University Press.
- Ciudad Alfaro (2012). *Ciudad Alfaro*. Recuperado el 25 de junio de 2012, de <http://www.ciudadalfaro.gob.ec/>
- CNN en Español. (23 de septiembre de 2012). *Cable News Network*. Turner Broadcasting System, Inc. Recuperado el 11 de octubre de 2012, de cnnspanol.cnn.com: <http://cnnspanol.cnn.com/2012/09/23/rafael-correa-y-mauricio-funes-los-presidentes-de-mayor-indice-de-aprobacion-en-america/>
- Correa, R. (28 de enero de 2012). *Discurso en Montecristi por el Centenario de la Hoguera Bárbara*. Recuperado de <http://www.presidencia.gob.ec/download/2012-01-28-MONTECRISTI-WEB.pdf>.
- Cuba Debate. (2012). *Nada para nosotros todo para la patria*. Recuperado de <http://www.cubadebate.cu/noticias/2009/08/11/nada-para-nosotros-todo-para-la-patria-texto-integro-del-discurso-de-correa/>
- De George, R., & George, F. D. (1972). *The Structuralists: From Marx to Lévi-Strauss*. Garden City: Anchor Books.
- Della, V. (2010). Political Myth, Mythology and the European Union. *Journal of Common Market Studies*, 48(1), 1-19.
- Diario Hoy. (28 de noviembre de 2005). *Eloy Alfaro, designado el mejor ecuatoriano*. Recuperado de www.hoy.com.ec: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/eloy-alfaro-designado-el-mejor-ecuadoriano-219622.html>
- Diario Hoy. (28 de enero de 2012). *Montecristi rinde homenaje a Eloy Alfaro*. Recuperado de www.hoy.com.ec: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/montecristi-rinde-homenaje-a-eloy-alfaro-531455.html>
- Duch, L., & Chillón, A. (2012). *Un ser de mediaciones: Antropología de la Comunicación*. Barcelona: Herder Editorial.
- Durand, G. (2004 [1992]). *Las estructuras antropológicas del imaginario*. (Trad. V. Goldstein). México: FCE.
- Durkheim, E. (1915). *Elementary forms of the religious life*. London: G. Allen & Unwin.
- Elizalde, L., Fernández Pedemonte, D. & Riorda, M. (2006). *La construcción del consenso: gestión de la comunicación gubernamental*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Gómez, P. (2012). *Notas de curso Narración, Argumentación y Análisis del Discurso*. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Halbwachs, M. (2004 [1950]). *La memoria colectiva*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Hidrovo, T. (2003). La modernidad radical imaginada por Eloy Alfaro. *Procesos, Revista Ecuatoriana de Historia*, 19, 97-115.
- Kirk, G. (1985). *El mito: Su significado y funciones en la Antigüedad y otras culturas*. Barcelona: Paidós.

- Lévi-Strauss, C. (1968). *The savage mind*. London: Weidenfeld and Nicolson.
- Lévy-Burhl, L. (1923). *Primitive mentality*. London: G. Allen & Unwin.
- Malamud, C. (2010). *Populismos latinoamericanos: Los tópicos de ayer, de hoy y de siempre*. Oviedo: Ediciones Nobel.
- Malinowski, B. (1926). *Myth in primitive psychology*. New York: W.W. Norton & Co.
- May, R. (1992). *La necesidad del mito: La influencia de los modelos culturales en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Ministerio de Educación del Ecuador. (s.f.). *La gesta alfarista en el currículo nacional*. Recuperado de www.educarecuador.ec: <http://www.educarecuador.ec/home/905-la-gesta-alfarista-en-el-curriculo-nacional.html>
- Rowlandson, W. (2010). Un mito es una imagen participada: Che Guevara. En Lezama Lima, La expresión americana. *Bulletin of Hispanic Studies*, 87(2). 71-88.
- Shecter, D. (2005). Mythic structure theory: proposing a new framework for the study of political issues. *Politics & Policy* 33(2), 221-241.
- Strenski, I. (1987). *Four theories of myth in twentieth-century history*. Hong Kong: University of Iowa Press.
- Tudor, H. (1972). *Political myth*. London: Preager Publisher.
- Van Dijk, T. (1999). *Ideología*. Barcelona: Gedisa.

SOBRE LA AUTORA:

Caroline Avila Nieto, ecuatoriana, es estudiante del Doctorado en Comunicación en la Facultad de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Chile; licenciada en Comunicación Social, Universidad del Azuay./ Docente e investigadora de la Universidad del Azuay en Cuenca, Ecuador. / Sus líneas de interés en investigación se centran en el ejercicio de las Relaciones Públicas y la Comunicación Política desde el enfoque latinoamericano.

•Forma de citar este artículo:

Avila Nieto, C. (2012). El mito como elemento estratégico de comunicación política: aplicación del modelo de Barthes al caso ecuatoriano. *Cuadernos de Información* 31, 139-150. DOI: 10.7764/cdi.31.447